

Т. В. Кулик

магістрант ННІ педагогіки (Магістратура 8.18010020
"Управління навчальним закладом" Житомирського
державного університету імені Івана Франка, м.
Житомир) (завідувач загального відділу

Житомирський державний університет імені Івана Франка) *e-mail*:
tetyana.kulik.1980@mail.ru

Сутність та особливості управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів

У статті розкрито суть та особливості управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів. Здійснено аналіз понять "управління", "конкурентоспроможність". Обґрунтовано значення освітньої послуги вищого навчального закладу. Акцентовано увагу на те, що ВНЗ повинен організовувати таку систему підготовки фахівців, яка б відповідала запитам підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки через формування необхідних ринку робочої сили знань, вмінь та навичок користування ними.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що з прийняттям нового "Закону про вищу освіту", наразі постає завдання перед керівниками ВНЗ зростання конкурентоспроможності закладів. Оскільки зростають вимоги до випускника вузу та вимоги до освітніх закладів.

Метою статті є виокремлення особливостей управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів.

Конкуренція під впливом цілого ряду трансформаційних процесів (автономізація й децентралізація, комерціалізація й диференціація), несприятливих зовнішніх умов (демографічний спад, війна) й характеру заходів державної політики (недостатність бюджетного фінансування) стає в наш час новим інституційним станом системи освіти.

Освіту слід рахувати, як специфічну галузь ринкової економіки тому що навчальні заклади, які продукують освітні послуги, дійсно створюють приватні і суспільні блага, виступають на ринку в якості корпорацій. На сьогодні загальноновизнаним є функціонування сфери освіти як ринку освітніх послуг, що являє собою складне економічне явище, яке характеризується попитом і пропозицією, їх взаємодією, наявністю механізму формування ринкової рівноваги та встановленням рівноважної ціни на освітні послуги.

В умовах ринкової економіки питання конкурентоспроможності навчального закладу є досить актуальним, проте, питання конкурентоспроможності ВНЗ є недостатньо вивченим, з погляду теоретичного й практичного менеджменту організації. Сьогодні можна стверджувати, що у керівництва вітчизняних закладів відсутні єдині науково обґрунтовані й емпірично апробовані стандарти та методи управління в умовах ринкової економіки. Це призводить до неефективного виконання ВНЗ своєї головної функції – формування інтелектуального потенціалу шляхом надання освітніх послуг для задоволення суспільних та особистих потреб [1].

Питанням конкурентоспроможності організації займалися такі вчені, як: Е. Азоев, Е. Голубков, І. Бланк, Л. Качаліна, З. Шершньова та інші.

Ми підтримуємо думку М. Круглова, А. Мазаракі, М. Перцовського про те, що ефективність господарської діяльності є одним з вирішальних елементів конкурентоспроможності. Визначення конкурентоспроможності організації, наведені М. Кругловим, Б. Райзбергом, Р. Фатхутдіновим, А. Войчаком, є неповними, оскільки зводять конкурентоспроможність організації до випуску конкурентоздатної продукції, фактично ототожнюючи ці два

поняття. Такі ж недоліки мають визначення, дані В. Хруцьким, І. Корнеєвою, але, на відміну від визначення Р. Фатхутдінова, вони враховують те, що конкурентоспроможність досягається на конкретних ринках у даний період часу. Найбільш повними, на наш погляд, є визначення, наведені в словнику з маркетингу групою авторів (Г. Азоев, П. Зав'ялов, Л. Лозовський, А. Поршнєв, Б. Райзберг та В. Немцовим і Л. Довгань). Лише Б. Райзберг, І. Піддубний, А. Піддубна, Й. Петрович і А. Кіт, які зазначили, що конкурентоспроможність підприємства – це динамічна характеристика.

М. Пащенко трактує конкурентоспроможність ВНЗ, як його теперішні та потенційні здатності (можливості) з надання освітніх послуг відповідного рівня, що задовольняють потреби суспільства при підготовці висококваліфікованих фахівців, а також потреби з розробки, створення та реалізації науково-методичної і науково-технічної продукції, як в теперішній час, так і в майбутньому [2: 89].

В умовах демократизації суспільного життя особливої гостроти й соціально-політичної значущості набуває завдання задоволення інтересів, насамперед, особистості, а не лише загальносоціальних інтересів, пріоритетність яких зазначено у наведеному визначенні. Це одержало відображення у Законі України "Про вищу освіту", одним з основних завдань ВНЗ є забезпечення інтелектуального, культурного й морального розвитку особистості.

Слід також врахувати порівняльні переваги окремого ВНЗ за якістю, ціною послуг, його іміджеві, фінансові й інші показники. Здатність надавати освітні послуги (створювати й реалізовувати послуги) ще не означає здатності закладу протистояти реальним конкурентам і забезпечувати достатній рівень конкурентоспроможності своїх навчальних програм.

В. Лазарєв зазначає, що "конкурентоспроможність ВНЗ комплексна характеристика за певний період часу в умовах конкретного ринку, що відбиває

перевагу над конкурентами за низкою визначальних показників – фінансово-економічних, маркетингових, матеріально-технічних, кадрових і соціально-політичних, а також здатність ВНЗ до безкризового функціонування і своєчасної адаптації до умов зовнішнього середовища, що змінюються" [3].

Ми підтримуємо думку І. Романової, яка стверджує, що "конкурентоспроможність – це властивість ВНЗ, що визначає частку релевантного ринку освітніх послуг, яка належить даному закладу, і можливість перешкоджати перерозподілу ринку на користь інших суб'єктів" [4: 61]. У цьому визначенні враховується релятивізм категорії "конкурентоспроможність" та її динамічний характер. Можна стверджувати, що конкурентоспроможність є визначальним показником діяльності ВНЗ, що визначає його дійсний і перспективний стан на обраному сегменті ринку [4].

Р. Фатхутдінов відзначає, що конкурентоспроможність ВНЗ "... – це його здатність: 1) здійснювати підготовку конкурентоспроможних фахівців; 2) розробляти конкурентоспроможні новації в цій сфері; 3) вести ефективну відтворювальну політику у всіх сферах своєї діяльності" [5: 37].

Н. Верхоглядова формулює, що "конкурентоспроможністю ВНЗ, як суб'єкта ринку освітніх послуг, є його здатність здійснювати діяльність і формування освітнього продукту та асортименту послуг, що відповідають потребам конкурентного ринку" [6: 310]. Основним недоліком даного визначення, на наш погляд, є врахування лише статичної складової конкурентоспроможності.

Л. Прус узагальнила відомих теоретичних і прикладних аспектів конкурентоспроможності, що дозволило зробити висновок, що конкурентоспроможність вищого навчального закладу – порівняльна динамічна здатність найбільшою мірою, з точки зору ціни, якості та асортименту, задовольняти існуючі та формувати майбутні потреби клієнтів на визначеному ринку у певний період часу, забезпечуючи при цьому суспільну спрямованість і власний стійкий розвиток. Дане трактування, з нашої точки зору, найбільш повно розкриває сутність конкурентоспроможності ВНЗ, оскільки в ньому враховуються особливості функціонування закладу, його порівняльні переваги та їх статичні і динамічні властивості.

Конкурентоспроможність ВНЗ обумовлюється, насамперед, конкурентоспроможністю його освітніх продуктів, а також конкурентоспроможністю ресурсного забезпечення.

Під конкурентоспроможністю освітніх продуктів слід розуміти їх порівняльну динамічну здатність до задоволення потреб конкретного клієнта у певний період часу.

Конкурентоспроможність ресурсного забезпечення ВНЗ – порівняльна динамічна спроможність наявної системи ресурсів, в т. ч. компетенцій, формувати і утримувати конкурентні переваги [1].

Узагальнення літературних джерел та практичних матеріалів дослідження виявило, що навчально-виховний процес є одним із компонентів конкурентоспроможності ВНЗ, також і елементом комплексу маркетингу та й складовою логістичної системи ВНЗ, яка є сукупністю дій, направлених на перетворення потоків інтелектуального потенціалу суспільства, для яких

вихідними елементом є випускники ВНЗ, а вихідними – сформовані компетентні особистості. На відміну від матеріальної логістики, де виділяються три основні потоки: матеріальний, фінансовий та інформаційний, у ВНЗ виступає ще один – людський потік – "інтелектуальний потенціал суспільства".

Науковець А. М. Лялюк у дисертаційному дослідженні представила логістичні рішення, серед яких визначення оптимальної кількості і площі навчальних приміщень, встановлення послідовності вивчення дисциплін, побудова конфігурації розміщення (локалізація) навчально-консультативного пункту, розрахунок оптимальних затрат матеріальних ресурсів для отримання певного освітньо-кваліфікаційного рівня. Слід відзначити, що нею визначено ефект інтеграції маркетингу і логістики в управлінні ВНЗ в причинно-наслідковому зв'язку: стратегія розвитку ВНЗ – комплекс маркетингу – комплекс логістики – корисність освітньої послуги, що є також запорукою конкурентоспроможності навчального закладу [7].

Представимо сформульовані такі види корисності освітньої послуги: підготовка кадрів у тому місці і у такий час, де і коли на них існує реальний попит; поєднання традиційних і новітніх засобів і технологій навчання; раціональне використання бюджетних коштів та фінансових надходжень від юридичних і фізичних осіб; максимальне задоволення замовника освітньої послуги терміном підготовки, якістю, сучасністю знань і вартістю навчання. Дослідження ВНЗ як логістичної системи дало можливість зробити висновок про можливість застосування у розвитку ВНЗ логістики як концепції системоорієнтованого управління. Враховуючи соціально-економічні зміни, які відбуваються в Україні, вважаємо, що в основі концепції управління ВНЗ повинен бути маркетингово-логістичний підхід до організації підготовки освітніх ресурсів. У цьому зв'язку важливою є адекватність між функціями маркетингу та обраною концепцією логістики.

Проблема конкурентної політики в освіті на рівнях системи країни, окремого навчального закладу, академічної групи є досить актуальною. Нові економічні важелі управління тільки починають працювати. Останнім часом набуває поширення стратегічний менеджмент, в основу якого є системний підхід.

Враховуючи особливості такої складної системи як ВНЗ, в стратегії розвитку вищого навчального закладу застосування концепції логістики має передбачати такі цілі, як високі стандарти якості освіти, ефективне використання фінансових ресурсів, швидке реагування на зміну попиту на ринку праці, короткий термін оновлення освітніх програм і навчальних планів. Ключовими елементами реалізації логістичної концепції у ВНЗ повинні бути: "тягнуча" інформаційна система; постійне оновлення змісту та форм навчання; раціональне використання фінансових ресурсів; партнерство з підприємствами; контроль за навчально-виховним процесом тощо [7].

Заслугує на увагу представлена у своєму дисертаційному дослідженні Л. Прус таблиця особливостей освітніх послуг ВНЗ (див. табл.1.1.).

Таблиця 1.1

Особливості освітніх послуг

Параметри	Характеристика
1. Подільність	Перервану освіту можна відновити через певний час згідно чинного законодавства
2. Фази реалізації	Перша фаза реалізації: надання послуг особам, що навчаються. Друга фаза реалізації: особи, що закінчили освітню підготовку, реалізують її на ринку робочої сили
3. Роль клієнта	Високий ступінь залучення клієнта до процесу надання освітньої послуги і його впливу на якість послуг
4. Гетерогенність	Унікальність і неповторність кожної освітньої послуги
5. "Дворинкова" орієнтація	Освітня послуга має надаватись із врахуванням інтересів клієнтів-абітурієнтів і клієнтів-роботодавців
6. Багатоканальність оплати освітніх послуг	В оплаті за надання освітньої послуги може брати участь клієнт (абітурієнт), роботодавець, держава тощо
7. Суспільна спрямованість	Освітні послуги споживаються суспільством в цілому і розглядаються як засіб досягнення певних цілей в контексті суспільних відносин. Це обумовлює доцільність не лише ринкового регулювання, а й державного

Висновок. Отже, можна дійти висновку, що чим більше організація має переваг порівняно з конкурентами, тим більша її конкурентоспроможність, живучість, ефективність, перспективність. І тому слід покращувати науковий рівень управління, завойовувати нові конкурентні переваги і сміливіше дивитися у майбутнє.

Тенденції реформування суспільства та розвиток ринкової економіки в Україні свідчать про необхідність надання ВНЗ більшої самостійності та автономії для зайняття активної ринкової позиції. Це дозволить ВНЗ бути більш ініціативним, динамічним, гнучким, схильним до пошуку і використання новітніх технологій у внутрішніх процесах, здатним вистояти у конкурентній боротьбі з іншими навчальними закладами за клієнтів та ресурси [1].

Наше дослідження на цьому не вичерпане, а ставить за мету в подальшому представлення бенчмаркінг в управлінні конкурентоспроможністю вищого навчального закладу.

Список використаних джерел та літератури:

1. Прус Л. Р. Управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів на засадах бенчмаркінгу.: дис... канд. екон. наук : 08.00.04/ Прус Людмила Романівна. – Тернопіль, 2008. – 191 с.
2. Пащенко Н. И. Конкурентоспособность вузов и стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 / Пащенко Николай Иванович. – Уфа, 1999. – 191 с.
3. Лазарев В. А. Конкурентоспособность вуза как объект управления / В. А. Лазарев, С. А. Мохначёв. – Екатеринбург : Пригородные вести, 2003. – 160 с.
4. Романова И. Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения / И. Б. Романова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Средневолж. науч. центр. – Ульяновск : Средневолж. науч. центр, 2005. – 137, [1] с.
5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 885, [1] с.
6. Верхоглядова Н. І. Управління конкурентоспроможністю вищої освіти в процесі формування людського капіталу : дис. ... доктора екон. наук : 08.02.03 / Верхоглядова Наталя Ігорівна. – Дніпропетровськ, 2005. – 503 с.
7. Лялюк А. М. Управління розвитком вищого навчального закладу на засадах маркетингу і логістики : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01/ Лялюк Алла Миколаївна. – Львів, 2006. – 22 с.

Т. В. Кулик

Суть и особенности управления конкурентоспособностью высших учебных заведений

В статье раскрыта суть и особенности управления конкурентоспособностью высших учебных заведений. Сделан анализ понятия "управление", "конкурентоспособность". Обосновано значение образовательной услуги высшего учебного заведения. Акцентировано внимание на то, что вуз должен организовывать такую систему подготовки специалистов, которая бы соответствовала запросам повышения конкурентоспособности отечественной экономики через формирование необходимых рынку рабочей силы знаний, умений и навыков их использования.

***The Essence and Peculiarities of Competitive Ability Management of
Higher Educational Establishments***

The article reveals the essence and peculiarities of higher educational institutions' competitiveness management. The concepts of "control" and "competitiveness" are analyzed. The importance of higher educational service is proved. The article is focused on the higher educational institutions' primary duty to introduce a new system of specialists training that would meet the criteria of national economics increased competitiveness by means of development of employees' knowledge and skills matching the labor market's demand.